

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas layanan, harga dan media sosial terhadap keputusan pembelian pada Coffee Toffee cabang Klampis Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan konsumen yang membeli produk Coffee Toffee, dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan alat bantu program SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versi 23.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, namun variabel citra merek dan media sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan beragam profesi dari responden yang mempengaruhi variabel tersebut tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan hasil penelitian ini bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan serta harga yang terjangkau bagi konsumen akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian pada Coffee Toffee cabang Klampis Surabaya.

Kata kunci : citra merek, kualitas layanan, harga, media sosial, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This research is meant to find out the influence of brand image, service quality, price and social media to the purchasing decision at Coffee Toffee at Klampis Surabaya.

Quantitative approach has been applied in this research. The sample in this research has been obtained based on the customers who have ever purchased the products of Coffee Toffee and the numbers of samples are 100 respondents. The data analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions method with the instrument is the 23rd version of SPSS program (Statistical Product and Service Solutions).

The result of the test shows that service quality and price gives positive and significant influence to the purchasing decision, but brand image and social media do not give any significant influence because the respondents come with various professions which give insignificant influenced to the purchasing decision. It can be concluded from the result of the result that when the service quality which have provided to the customers is getting better and the price is affordable, it will give influence to the enhancement of the purchasing decision at Coffee Toffee Klampis branch Surabaya.

Keywords: brand image, service quality, price, social media, and purchasing decision.